

# 2010-2015年中国保健品市场投资机遇分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国保健品市场投资机遇分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/8871488714.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 摘要

GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率、等相关的词语。保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。

目前市场上的保健品大体可以分为保健食品、保健药品、保健化妆品、保健用品等。保健食品具有食品性质，如茶、酒、蜂制品、饮品、汤品、鲜汁、药膳等，具有色、香、形、质要求，一般在剂量上无要求；保健药品具有营养性、食物性天然药品性质，应配合治疗使用，有用法用量要求，如目前带“健”字批号的药品；保健化妆品具有化妆品的性质，不仅有局部小修饰作用，且有透皮吸收、外用内效作用，如保健香水、霜膏、漱口水等；保健用品具有日常生活用品的性质，如健身器、按摩器、磁水器、健香袋、衣服鞋帽、垫毯等。

### 目录

#### 第一章 中国保健品行业概述及发展环境分析

##### 第一节 保健品市场特征

###### 一、行业定义

###### 二、行业特征

###### 1、行业消费特征

###### 2、行业产品结构特征

###### 3、行业原材料供给特征

###### 4、行业产业集中度特征

##### 第二节、国内宏观经济环境分析

###### 一、GDP历史变动轨迹分析

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

###### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

##### 第三节 政策环境分析

###### 一、国家宏观调控政策分析

###### 二、保健品行业相关政策分析

##### 第四节 保健品行业发展的“波特五力模型”分析

###### 一、行业内竞争

###### 二、买方侃价能力

###### 三、卖方侃价能力

###### 四、进入威胁

###### 五、替代威胁

## 第二章 中国保健品行业上、下游及关联产业状况分析

### 第一节 上游产业发展状况分析

### 第二节 下游产业发展状况分析

### 第三节 关联产业发展状况分析

## 第三章 中国保健品市场规模及区域结构分析

### 第一节 2006-2010年1-6月中国保健品市场规模分析

### 第二节 2009年我国保健品区域结构分析

### 第三节 中国保健品区域市场规模分析

#### 一、2006-2010年1-6月东北地区市场规模分析

#### 二、2006-2010年1-6月华北地区市场规模分析

#### 三、2006-2010年1-6月华东地区市场规模分析

#### 四、2006-2010年1-6月华中地区市场规模分析

#### 五、2006-2010年1-6月华南地区市场规模分析

#### 六、2006-2010年1-6月西部地区市场规模分析

## 第四章 中国保健品国内市场运行综述

### 第一节 中国保健品产品产量分析及预测

#### 一、保健品产业总体产能规模

#### 二、保健品生产区域分布

#### 三、2006-2010年1-6月产量

#### 四、2006-2010年1-6月消费情况

### 第二节 中国保健品市场需求分析及预测

#### 一、中国保健品需求特点

#### 二、主要地域分布

### 第三节 2010-2015年中国保健品供需平衡预测

### 第四节 中国保健品价格趋势分析

#### 一、中国保健品2006-2009年价格趋势

#### 二、中国保健品当前市场价格及分析

#### 三、影响保健品价格因素分析

#### 四、2010-2015年中国保健品价格走势预测

## 第五章 全国保健品行业财务状况分析

### 第一节 2009年保健品行业规模分析

#### 一、2009年保健品行业总资产对比分析

#### 二、2009年保健品行业企业单位数对比分析

#### 三、2009年保健品行业从业人员平均人数对比分析

### 第二节 2009年保健品行业经济效益分析

- 一、2009年保健品行业产值利税率对比分析
- 二、2009年保健品行业资金利润率对比分析
- 三、2009年保健品行业成本费用利润率对比分析

### 第三节 2009年保健品行业效率分析

- 一、2009年保健品行业资产负债率对比分析
- 二、2009年保健品行业流动资产周转次数对比分析

### 第四节 2009年保健品行业结构分析

- 一、2009年保健品行业地区结构分析
- 二、2009年保健品行业所有制结构分析
- 三、2009年保健品行业不同规模企业结构分析

### 第五节 2009年保健品行业不同规模企业财务状况分析

- 一、2009年保健品行业不同规模企业人均指标分析
- 二、2009年保健品行业不同规模企业盈利能力分析
- 三、2009年保健品行业不同规模企业营运能力分析
- 四、2009年保健品行业不同规模企业偿债能力分析

## 第六章 重点企业分析

此章可根据客户要求选择目标企业及调查内容。

### 第一节 重点企业1

- 一、公司概况
- 二、企业财务数据分析
  - (1)、企业资产负债分析
  - (2)、企业收入及利润分析
- 三、发展战略

### 第二节 重点企业2

- 一、公司概况
- 二、企业财务数据分析
  - (1)、企业资产负债分析
  - (2)、企业收入及利润分析
- 三、发展战略

### 第三节 重点企业3

- 一、公司概况
- 二、企业财务数据分析
  - (1)、企业资产负债分析
  - (2)、企业收入及利润分析
- 三、发展战略

#### 第四节 重点企业4

##### 一、公司概况

##### 二、企业财务数据分析

###### (1)、企业资产负债分析

###### (2)、企业收入及利润分析

##### 三、发展战略

#### 第五节 重点企业5

##### 一、公司概况

##### 二、企业财务数据分析

###### (1)、企业资产负债分析

###### (2)、企业收入及利润分析

##### 三、发展战略

#### 第七章 中国保健品行业发展预测

##### 第一节 2010-2015年我国保健品行业产量预测

##### 第二节 2010-2015年我国保健品行业消费量预测

##### 第三节 2010-2015年我国保健品行业产值预测

##### 第四节 2010-2015年我国保健品行业销售收入预测

#### 第八章 保健品行业投资风险与投资策略分析

##### 第一节 行业SWOT模型分析

###### 一、优势分析

###### 二、劣势分析

###### 三、机会分析

###### 四、风险分析

##### 第二节 保健品行业发展的PEST分析

###### 一、政治和法律环境分析

###### 二、经济发展环境分析

###### 三、社会、文化与自然环境分析

###### 四、技术发展环境分析

##### 第三节 保健品行业投资价值分析

###### 一、保健品行业发展前景分析

###### 二、保健品行业盈利能力预测

###### 三、投资机会分析

##### 第四节 保健品行业投资风险分析

###### 一、政策风险

###### 二、竞争风险

### 三、经营风险

### 四、其他风险

## 第五节 保健品行业投资策略分析

### 一、重点投资品种分析

### 二、重点投资地区分析

## 第九章 专家建议

### 第一节 保健品行业企业问题总结

### 第二节 保健品企业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

### 第三节 保健品市场的重点客户战略实施

#### 一、实施重点客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

#### 三、对重点客户的营销策略

#### 四、强化重点客户的管理

#### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 部分图表目录

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表2009年中国人口数及其构成 单位：万人

图表1996-2009年我国人口数量变化（亿人）

图表2009年我国人口年龄结构分析图

图表2009年我国保健品行业职工学历结构图

图表2009年我国保健品行业管理人员学历结构图

图表2006-2010年1-6月中国保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月中国保健品市场规模变化图

图表2009年中国保健品市场销售收入区域分布图

图表2006-2010年1-6月东北地区保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月东北地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月华北地区保健品市场规模变化图  
图表 2006-2010年1-6月华北地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月华东地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月华东地区保健品市场规模变化图  
图表 2006-2010年1-6月华中地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月华中地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月华南地区保健品市场规模变化图  
图表 2006-2010年1-6月华南地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月西部地区保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月西部地区保健品市场规模变化图  
图表 2010-2015年中国保健品市场规模变化表  
图表2010-2015年中国保健品市场规模变化图  
图表2006-2010年1-6月我国保健品产量比较分析  
图表2006-2010年1-6月我国保健品产量及增长率变化图  
图表2006-2010年1-6月我国保健品消费量比较分析  
图表2006-2010年1-6月我国保健品消费量及增长率变化图  
图表2009年不同收入水平的消费者偏好分析  
图表2009年保健品消费区域分布比率图  
图表2009年消费者对保健品产品的品牌满意度调查  
图表 中国保健品消费者对其价格的敏感度分析  
图表 2009年我国保健品市场集中度分析  
图表2009年保健品行业领导企业的市场占有率  
图表2010-2015年我国保健品产值预测表  
图表2010-2015年我国保健品产值预测图  
图表 2010-2015年我国保健品销售收入预测表  
图表 2010-2015年我国保健品销售收入预测图  
图表2010-2015年我国保健品总资产预测表  
图表 2010-2015年我国保健品总资产预测图  
图表我国保健品行业SWOT分析  
图表2009年我国保健品行业盈利能力情况  
图表 2009年我国保健品行业偿债能力情况  
图表2009年我国保健品行业发展能力情况



详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/8871488714.html>